

Ana M. GOY YAMAMOTO, Licenciada y doctora en CC. Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) es Profesora Contratado Doctor en la misma universidad donde imparte clases en Economía y gestión empresarial japonesa así como otros temas de desarrollo económico y social de la región asiática.

Es también investigadora en el Centro de Estudios de Asia Oriental perteneciente igualmente a la UAM. Se ha formado e investigado en las universidades Erasmus de Rotterdam (Países Bajos), Hitotsubashi (Tokio – Japón) y Complutense de Madrid. Ha sido profesora visitante en el Instituto de Empresa y la Escuela de Organización Industrial, así como Miembro Asociado del Cluster de Excelencia Asia – Europa de la Universidad de Heidelberg (Alemania). Actualmente es la Directora del Servicio de Publicaciones de la UAM.

Realiza numerosas publicaciones enfocadas en la economía japonesa, comportamiento del consumidor, cambio social y estilos de vida de los jóvenes asiáticos. Colabora en diferentes proyectos de consultoría y es miembro del Consejo de la European Research School Network of Contemporary East Asian Studies (EastAsiaNet) entre otras asociaciones.

Dr. Ana M. GOY YAMAMOTO is Associate Professor of Japanese Studies and Member of the Centre for East Asian Studies at the Autonomous University of Madrid. She holds a PhD. and a BSc. on Economics and Business Administration by the same university, a Masters degree on Sociology of Consumption by Complutense University of Madrid and has postgraduate research studies at Hitotsubashi University (Tokyo) and Erasmus University of Rotterdam. She has been visiting faculty at the Instituto de Empresa, Escuela de Organización Industrial Business Schools and has been an associate member of the Cluster of Excellence Asia-Europe at Heidelberg University (Germany). Currently she is the head of the UAM Publishing House. She is also a board member of the European Research School Network of Contemporary East Asian Studies (EastAsiaNet) and has published extensively on Japanese economics, consumer behaviour, social change and East Asian youth lifestyles.